

ENTIDAD 119

INSTITUTO NACIONAL DE PROMOCION TURISTICA

POLITICA PRESUPUESTARIA DE LA ENTIDAD

El Instituto Nacional de Promoción Turística tiene por misión asistir al Presidente de la Nación en la promoción y desarrollo en el país de la actividad del turismo receptivo en el marco del Capítulo IV de la Ley N° 25.997 de Turismo. Para ello, el Organismo diseña planes, programas y proyectos de desarrollo orientados a lograr la adecuación de la oferta brindada por el país a la demanda del turismo internacional receptivo.

El Instituto también entiende en los aspectos funcionales de las oficinas habilitadas de promoción, informes, publicidad y asesoramiento para turistas, así como en las acciones vinculadas a la percepción, depósito y fiscalización del impuesto sobre los pasajes aéreos –en vuelos regulares y no regulares de pasajeros–, marítimos y fluviales al exterior.

Para satisfacer la demanda a la que se dirige, el Organismo lleva a cabo acciones tales como la promoción del destino Argentina por regiones (corredores y/o circuitos) y por productos turísticos en el exterior, en mercados prioritarios, estratégicos y potenciales.

Asimismo, participa en eventos, ferias, exposiciones, bolsas y encuentros de comercialización con el propósito de promocionar los productos y destinos argentinos y facilitar su comercialización.

También desarrolla estudios de mercado segmentados a fin de determinar la demanda actual y potencial de los productos turísticos argentinos por parte de Europa, Estados Unidos y Brasil; y estudios de imagen y comunicación en los principales países emisores de turismo internacional y de interés estratégico para la Argentina.

En síntesis, el Instituto Nacional de Promoción Turística se aboca a la definición de estrategias y a la puesta en práctica de planes y proyectos que permitan posicionar a la Argentina en el mercado turístico internacional mediante la promoción de destinos y productos tendiente al desarrollo, diversificación y crecimiento de una demanda sostenida del turismo internacional receptivo.

Para el financiamiento de sus actividades el Instituto cuenta con una parte de la recaudación del impuesto del 5% sobre los pasajes aéreos, marítimos y fluviales al exterior, así como con fondos provenientes de transferencias internas.

La política presupuestaria de la entidad para el ejercicio 2007 prevé:

- Dirigir los esfuerzos de la promoción turística internacional a incrementar el turismo receptivo y posicionar al país como oferta turística dentro de los principales países emisores de Europa, Asia, Estados Unidos así como del mercado regional.

- Mantener la política turística destinada al turismo receptivo, que ha contribuido a producir importantes ingresos de divisas al país permitiendo la generación de una base sólida en uno de los sectores más importantes para el mejoramiento de la calidad de vida de los argentinos. En la actualidad se ha revertido por primera vez la balanza turística, con el ingreso de 3,7 millones de extranjeros y 3.100 millones de dólares de divisas, mientras que las inversiones en el sector han ascendido a 450 millones de pesos en 2005 y se espera que lleguen a los 1.400 millones en 2006. Para 2007 se prevé un crecimiento superior al 15 % de los ingresos en concepto de turismo receptivo –que ascenderían a 3.500 millones de dólares– y la recepción de alrededor de 4,2 millones de turistas.
- Poner énfasis en incentivar el interés del consumidor de turismo internacional por el destino Argentina mediante la promoción en los mercados prioritarios, estratégicos y potenciales.
- Consolidar y ampliar la cuota de mercado mediante la profundización de acciones de comunicación y marketing en aquellos mercados desarrollados en los que se participa con regularidad. Estos mercados prioritarios incluyen a Alemania, España, Estados Unidos, Francia, Gran Bretaña e Italia y, en el ámbito regional, a Brasil, Chile, Perú y Uruguay.
- Desarrollar la participación promocional y realizar acciones para ampliar la participación de mercado en mercados estratégicos de larga distancia como Australia, Canadá, China, Holanda, Japón, México y Portugal; y del ámbito regional como Colombia, Ecuador y Paraguay.
- Crear estrategias de comunicación y marketing para captar y ganar cuotas de mercado en mercados potenciales o emergentes donde la participación es muy reciente o nula. Dentro de éstos se encuentran Bolivia y Venezuela en la región, y Centroamérica, Emiratos Árabes, Escandinavia, la Federación Rusa, Israel, Nueva Zelanda, Polonia, República de la India, Sudáfrica y Ucrania a mayor distancia.

CREDITOS POR INCISO - PARTIDA PRINCIPAL (ENTIDAD)

(en pesos)

INCISO - PARTIDA PRINCIPAL	IMPORTE
TOTAL	87.036.000
Gastos en Personal	300.200
Personal contratado	300.200
Bienes de Consumo	4.500.000
Textiles y Vestuario	2.500.000
Otros Bienes de Consumo	2.000.000
Servicios No Personales	31.999.500
Servicios Básicos	29.000
Alquileres y Derechos	3.240.000
Mantenimiento, Reparación y Limpieza	170.000
Servicios Técnicos y Profesionales	20.618.600
Servicios Comerciales y Financieros	4.800.000
Pasajes y Viáticos	2.091.630
Otros Servicios	1.050.270
Bienes de Uso	152.300
Maquinaria y Equipo	152.300
Gastos Figurativos	50.084.000
Gastos Fig. de la Adm. Nac. p/Transacciones Corrientes	49.984.000
Gastos Fig. de la Adm. Nac. p/Transacciones de Capital	100.000

CUENTA AHORRO INVERSION FINANCIAMIENTO

(en pesos)

I) INGRESOS CORRIENTES	99.036.000
Ingresos Tributarios	99.036.000
II) GASTOS CORRIENTES	36.799.700
Gastos de Consumo	36.799.700
III) RESULT.ECON.: AHORRO/DESAHORRO (I-II)	62.236.300
IV) RECURSOS DE CAPITAL	0
V) GASTOS DE CAPITAL	152.300
Inversión Real Directa	152.300
VI) RECURSOS TOTALES (I+IV)	99.036.000
VII) GASTOS TOTALES (II+V)	36.952.000
VIII) RESULT. FINANC. ANTES CONTRIB. (VI-VII)	62.084.000
IX) CONTRIBUCIONES FIGURATIVAS	0
X) GASTOS FIGURATIVOS	50.084.000
XI) RESULTADO FINANCIERO (VIII+IX-X)	12.000.000
XII) FUENTES FINANCIERAS	0
XIII) APLICACIONES FINANCIERAS	12.000.000
Inversión Financiera	12.000.000

COMPOSICION DE LOS RECURSOS POR RUBRO

(en pesos)

RUBRO	ESTIMADO
TOTAL	99.036.000
Ingresos Tributarios	99.036.000
Otros Impuestos	99.036.000
Otros	99.036.000

LISTADO DE PROGRAMAS Y CATEGORIAS EQUIVALENTES

CODIGO	DENOMINACION	UNIDAD EJECUTORA	CREDITO
16	Promoción del Turismo Receptivo Internacional	Instituto Nacional de Promoción Turística	36.952.000
99	Aportes al Tesoro Nacional y a la Secretaría de Turismo		50.084.000
TOTAL			87.036.000

PROGRAMA 16

PROMOCION DEL TURISMO RECEPTIVO INTERNACIONAL

UNIDAD EJECUTORA
INSTITUTO NACIONAL DE PROMOCION TURISTICA

DESCRIPCION DEL PROGRAMA

Este programa tiene como objetivo principal posicionar a la Argentina en el mercado turístico internacional, mediante la mercadotecnia y la promoción de destinos y productos tendientes al desarrollo, diversificación y crecimiento de una demanda sostenida del turismo internacional receptivo.

Para el logro del mencionado objetivo, diseñará estrategias y desarrollará planes y acciones para una promoción eficiente de los destinos y productos turísticos en mercados prioritarios, estratégicos y potenciales, que posibilite el incremento de la cantidad de turistas extranjeros y del gasto promedio, prolongar la estadía y contrarrestar la estacionalidad.

Se prevé desarrollar estrategias de posicionamiento de marcas y sub-marcas, planes de marketing internacional, planes y proyectos de comunicación, imagen y mercadotecnia operativa en los principales mercados emisores de turismo y de interés estratégico para la Argentina, que abarcan la investigación de mercados segmentados con el objeto de determinar la demanda actual y potencial de productos turísticos argentinos para Europa, Estados Unidos y el mercado regional.

En cuanto a las acciones de promoción, se llevarán a cabo acciones internacionales de promoción en el exterior, que incluye la participación conjunta de los sectores privado y público en eventos, ferias, exposiciones, bolsas y encuentros de comercialización, con el propósito de promocionar los productos y destinos argentinos y facilitar su comercialización.

Para los mencionados planes, se utilizarán diversas herramientas de comunicación, como material gráfico, audiovisual, multimedia e Internet.

METAS Y PRODUCCION BRUTA

DENOMINACION	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD
METAS:		
Concurrencia a Ferias Internacionales	Feria	65
Encuentros de Comercialización Turística	Encuentro	96

LISTADO DE ACTIVIDADES ESPECIFICAS

CODIGO	DENOMINACION	UNIDAD EJECUTORA	CREDITO
01	Gestión y Administración	Unidad Secretaría Administrativa	6.077.680
02	Promoción del Turismo Receptivo Internacional	Unidad Secretaría Técnica	30.874.320
TOTAL			36.952.000

CREDITOS POR INCISO - PARTIDA PRINCIPAL

(en pesos)

INCISO – PARTIDA PRINCIPAL	IMPORTE
TOTAL	36.952.000
Gastos en Personal	300.200
Personal contratado	300.200
Bienes de Consumo	4.500.000
Textiles y Vestuario	2.500.000
Otros Bienes de Consumo	2.000.000
Servicios No Personales	31.999.500
Servicios Básicos	29.000
Alquileres y Derechos	3.240.000
Mantenimiento, Reparación y Limpieza	170.000
Servicios Técnicos y Profesionales	20.618.600
Servicios Comerciales y Financieros	4.800.000
Pasajes y Viáticos	2.091.630
Otros Servicios	1.050.270
Bienes de Uso	152.300
Maquinaria y Equipo	152.300

OTRAS CATEGORIAS PRESUPUESTARIAS 99
**APORTES AL TESORO NACIONAL Y A LA
SECRETARIA DE TURISMO**

CREDITOS POR INCISO - PARTIDA PRINCIPAL

(en pesos)

INCISO – PARTIDA PRINCIPAL	IMPORTE
TOTAL	50.084.000
Gastos Figurativos	50.084.000
Gastos Fig. de la Adm. Nac. p/Transacciones Corrientes	49.984.000
Gastos Fig. de la Adm. Nac. p/Transacciones de Capital	100.000